

دور تقانة المعلومات وانعكاسها على الإدارة السياحية: دراسة تطبيقية لآراء عينة من**العاملين الإداريين لعدد من الشركات السياحية في محافظة بغداد****حسن عودة غضاب**

الجامعة التقنية الوسطى / الكلية التقنية الإدارية / بغداد

Hsna31957@gmail.com

تاريخ نشر البحث: 2021/9/29

تاريخ قبول النشر: 2021/7/8

تاريخ استلام البحث: 2021/7/4

المستخلص:

يسعى البحث الى بيان دور تقانة المعلومات وانعكاسها على الادارة السياحية من خلال دراسة تطبيقية لآراء عينة من العاملين الإداريين لعدد من الشركات السياحية في محافظة بغداد، إذ مع تسارع وتيرة التقدم التكنولوجي بدأ يتسع نطاق الاعتماد على تقانة المعلومات ليشمل مختلف المجالات الحيوية بما فيها الشركات السياحية، أذ يتوجب على الشركات السياحية الاستفادة من مكونات تقانة المعلومات في الادارة السياحية، وقد لخصت الدراسة الى وجود دور مهم لتقانة المعلومات في الادارة السياحية وكان من أهم توصياتها الاستعانة بشركات وخبراء متخصصين في مجال تقانة المعلومات تكنولوجيا المعلومات وتدريب القيادات الادارية والموظفين على كيفية استخدامها، حيث تناول البحث التحليل النظري والعلمي كل واحدة من هذه المفردات على حده وعلاقة التأثير القائم بينهما.

المفردات الدالة: تقانة المعلومات، الادارة السياحية.

The Role and Reflection of Information Technology on Tourism Management: An Empirical Study on Administrative Workers' Opinions in Tourism Companies in Baghdad

Hassan Oda Ghdhab*Middle Technical University / Technical Administrative College / Baghdad***Abstract**

The research seeks to clarify the role of information technology and its reflection on tourism management through an applied study of the views of a sample of administrative workers for a number of tourism companies in Baghdad city. As with the acceleration of technological progress, the scope of reliance on information technology begins to expand to include different vital areas including tourism companies. Tourism companies (under discussion) must make use of components of information technology in tourism management. The study summarizes the existence of an important role for information technology in tourism management. One of its most important recommendations is the use of companies and experts specializing in the field of information technology, information training of administrative leaders and employees on how to use it. The research consists of theoretical and practical sides of the study and the relationship between these two parts.

Key words: information technology, tourism management.

المقدمة:

أصبحت ثقافة المعلومات واحدة من أهم ركائز تطور الشركات السياحية وبقائها، إذ باتت تمثل المحرك الأساسي لعمل هذه الشركات خاصة في ظل البيئة المتسمة بالتعقيد والحركة والتي يتولد عنها كم كبير من المعلومات التي تحتاج إلى السرعة في الحصول عليها واستخدامها في مجالات مختلفة وبشكلها الصحيح، ويمكن تحقيق ذلك من خلال الاعتماد على مكونات ثقافة المعلومات إذ أنها تسهم وبنسبة كبيرة في عمل الشركات السياحية، وامتد هذا الاسهام لتشمل مسائل دعم وتعزيز الصفات والخصائص الشخصية للأفراد العاملين في مختلف المستويات وخاصة المدراء.

تعتبر ثقافة المعلومات من أهم مجالات الثورة التقنية الحديثة حيث استطاعت وخلال فترة قصيرة الانتشار والتغلغل بعمق في جميع مناحي الأنشطة البشرية الثقافية والاجتماعية والاقتصادية وأصبحت موردا مهما من موارد النمو والتقدم، كما أنتجت هذه الثقافة العديد من الابتكارات كالألكترونيات الدقيقة، أقراص الليزر، الذكاء الاصطناعي، قواعد البيانات وغيرها كثيرة ولا يزال مسلسل الابتكارات يخرج علينا كل يوم بجديد في مجال ثقافة الحاسوب، حيث أصبح حسن التعامل مع تلك التقانات يدل على قوة الشركة السياحية.

المحور الأول:- منهجية البحث.

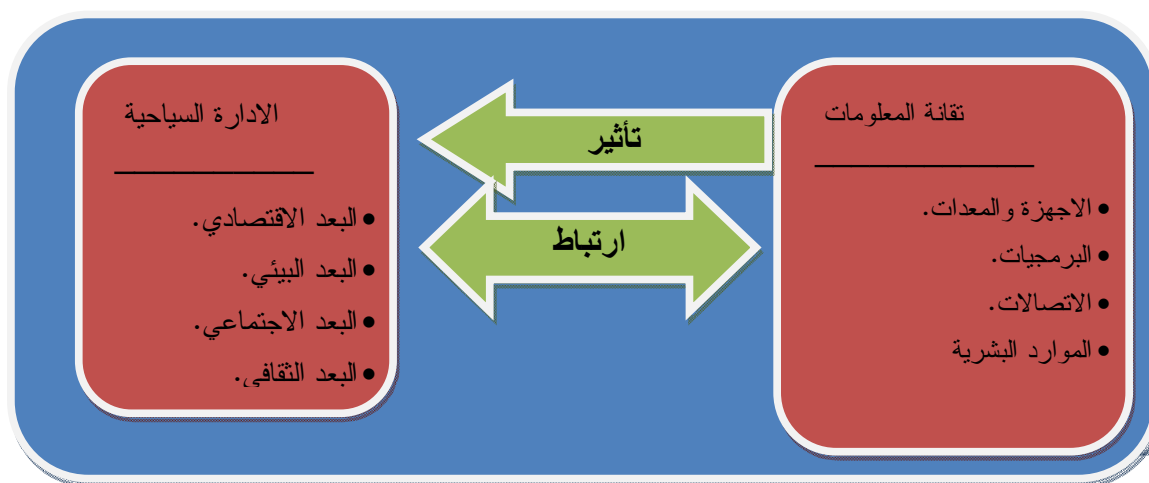
1-1: مشكلة البحث:- يعتبر القطاع السياحي من أكثر القطاعات تأثرا بالتطور التكنولوجي الحاصل في مجال ثقافة المعلومات، كما ان المنافسة الشديدة ما بين الشركات السياحية دفعت هذه الشركات الى تقديم الافضل لكسب اكبر شريحة من الضيوف (الزبائن) سعيا منها الى النمو والبقاء، اضافة الى عن عدم امتلاك التصور الشامل للقائمين على الشركات السياحية للدور المهم والايجابي الذي تلعبه ثقافة المعلومات في نجاح الشركات السياحية وعليه تمثلت مشكلة البحث بالتساؤلات الاتية:

1. هل هناك تصور واضح لدى الشركات المبحوثة حول ثقافة المعلومات؟
2. هل هناك تصور واضح لدى الشركات المبحوثة حول الادارة السياحية؟
3. هل تمتلك الشركة المتطلبات اللازمة لتطبيق ثقافة المعلومات؟
4. ما مستوى تطبيق ثقافة المعلومات في الشركات المبحوثة ؟

5. ما هي طبيعة علاقات الارتباط والتأثير بين ثقافة المعلومات والادارة السياحية؟

1-2: أهمية البحث:- يستمد البحث الحالي أهميته من خلال تناوله لمواضيع إدارية حيوية ومعاصرة وذات تأثير بالغ في أداء الشركات السياحية، فضلا عن الربط بين مفهوم ثقافة المعلومات والادارة السياحية، مما دفع الباحث لمعرفة مدى الاستفادة من الميزات التي توفرها ثقافة المعلومات في الادارة السياحية مما يدعم الاداء السياحي للشركات السياحية المبحوثة ويؤدي الى تعزيز قدرتها التنافسية والاستفادة منها مستقبلا لدعم استقرار ونمو الشركات المبحوثة وتجنب التعثر المالي والافلاس.

- 3-1: أهداف البحث:** يسعى البحث الى بيان دور تقانة المعلومات وتأثيرها في الادارة السياحية، اضافة الى بلورة اطار نظري لتقانة المعلومات والادارة السياحية والتعرف على طبيعة علاقات (الارتباط والتأثير) بين المتغيرين ومحاولة تفسيرها والاستفادة من النتائج في معالجة مشكلة أو أكثر في الشركات المبحوثة، وتقديم مجموعة مقترحات تساهم بشكل فعال في زيادة وعي وإدراك القيادات الادارية بمفهوم متغيري البحث.
- 4-1: أنموذج البحث:** تم تصميم نموذج افتراضي للبحث كما في الشكل (1) والذي يشير الى العلاقة (علاقة الارتباط والتأثير) بين دور تقانة المعلومات وانعكاسها على الادارة السياحية .



شكل (1) نموذج البحث الفرضي

- 5-1: فرضية البحث:** تماشياً مع أهداف البحث واختباراً لمخططة فقد اعتمد الباحث فرضيتين رئيسيتين:
- الفرضية الرئيسية الاولى:** توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين مكونات تقانة المعلومات والادارة السياحية، وتتفرع هذه الفرضية الرئيسة الفرضيات الفرعية الآتية:
1. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الاجهزة والمعدات وادارة السياحة.
 2. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين البرمجيات وادارة السياحة.
 3. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الاتصالات وادارة السياحة.
 4. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الموارد البشرية وادارة السياحة.
- الفرضية الرئيسية الثانية:** لا يوجد تأثير ذات دلالة معنوية بين مكونات تقانة المعلومات والادارة السياحية وتتفرع هذه الفرضية الرئيسة الفرضيات الفرعية الآتية:
1. لا يوجد تأثير ذات دلالة معنوية بين الاجهزة والمعدات وادارة السياحة.
 2. لا يوجد تأثير ذات دلالة معنوية بين البرمجيات وادارة السياحة.

3. لا يوجد تأثير ذات دلالة معنوية بين الاتصالات وإدارة السياحة.
4. لا يوجد تأثير ذات دلالة معنوية بين الموارد البشرية وإدارة السياحة.
- 1-6: منهج البحث:** - تم استخدام المنهج البحث الاستقرائي والاستنباطي في الجانب النظري بالاعتماد على الكتب والمجلات والدوريات العلمية، كما تم الاعتماد على الجانب الإحصائي في تحليل الجانب العلمي للبحث.
- 1-7: مجتمع وعينة البحث:** - أن مجتمع البحث هو مجموعة من الشركات السياحية في محافظة بغداد، ونظرا للتباين الكبير في نوعية الخدمات عليه فأن عينة البحث هي (رحلة القمر، جاز القمر، شركة الطريق الماهر، مراسيل، النخيل، الصدى، الروامس، دار الوليد، البساط السحري، نور الصدى، البقاع، ضوء البروج، المسافرين، الحجاز، الطائر المميز، قصر الروان، ارض البتراء، القاهرة، رحلة العجائب، طوق الياسمين، عبير الميسم، رحلة السفاري، جبل قنديل، سما بيروت، زهرة الساحل، ضيوف العربية، البلد الامين، بوابة العلم، ضوء المستقبل، العزة، منائر دجلة، القصواء الثرثار). وهي عينة عمدية لأنها تمثل الشركات العاملة في بغداد حاليا، أشتملت عينة البحث التي تم اختيارها من اثنان وثلاثون شركة سياحية في محافظة بغداد حسب أحصائية عام 2020، وكان مجموع إستمارة الإستبانة التي تم توزيعها (95) إستمارة بمعدل (3) إستمارة لكل شركة سياحية وتم توزيع الإستبانة على (المدير المفوض، مدراء الاقسام، رئيس مجلس الادارة، معاون مدير مفوض، مدير المبيعات)

1-8: حدود البحث: وتمثلت بالاتي:-

1. اقتصر البحث على الشركات السياحية في محافظة بغداد كالاتي (رحلة القمر، جاز القمر، شركة الطريق الماهر، مراسيل، النخيل، الصدى، الروامس، دار الوليد، البساط السحري، نور الصدى، البقاع، ضوء البروج، المسافرين، الحجاز، الطائر المميز، قصر الروان، ارض البتراء، القاهرة، رحلة العجائب، طوق الياسمين، عبير الميسم، رحلة السفاري، جبل قنديل، سما بيروت، زهرة الساحل، ضيوف العربية، البلد الامين، بوابة العلم، ضوء المستقبل، العزة، منائر دجلة، القصواء الثرثار). وذلك لتعاون ادارات هذه الشركات مع الباحث.

2. امتدت مدة البحث من الفترة 2020\1\4 ولغاية 2020\1\7.

1-9: وسائل جمع البيانات والمعلومات:-

- تم الاعتماد على الاساليب الاتية في جمع البيانات والمعلومات للبحث:
1. لاستعانة ببعض المصادر العربية والاجنبية فضلا عن الدوريات والرسائل والاطاريح الجامعية التي لها علاقة بموضوع البحث والبحوث من شبكة الانترنت لتغطية الجانب النظري من البحث ودعم الجانب الميداني بها.
 2. استمارة الاستبيان للحصول على البيانات الخاصة بأفراد عينة البحث، فضلا عن البيانات التي تسهم في التوصل الى تحديد علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث وقد تم اعداد الاستبانة في ضوء الرؤية العلمية المتحققة من خلال استطلاع المصادر العلمية.

3. المقابلة مع بعض القيادات الادارية في الشركات السياحية المبحوثة بهدف الحصول على تاريخ الشركات السياحية وطبيعة الاعمال التي يمارسونها.

10-1: الاساليب الاحصائية: تمت المعالجة الاحصائية باستخدام البرنامج الجاهز (spss) لاستخراج النتائج النهائية وتحليلها بهدف اكتشاف العلاقات والاثر بين متغيرات البحث وقد تم اعتماد الاساليب الاتية:

أ- التكرارات.

ب- النسب.

ت- الوسط الحسابي.

ث- الانحراف المعياري.

ج- تحليل الانحدار المتعدد.

ح- اختبار f.

المحور الثاني:- إطار مفاهيمي لتقانة المعلومات .

أولاً: المفهوم: ارتبط مفهوم تقانة المعلومات بمهمة جمع البيانات ومعالجتها وتخزينها وتحديثها واسترجاعها، ونظراً لأهمية المعلومات ودورها الفاعل في اتخاذ القرارات ولاسيما في جانب العمليات برزت مفاهيم تقانة المعلومات لتساهم في معالجة البيانات وتهيئة متطلبات اتخاذ القرار. والجدول رقم (1) يوضح آراء بعض الكتاب والباحثين في هذا المجال وكالاتي:

جدول رقم (1): مفاهيم تقانة المعلومات

المفهوم	الكاتب والسنة
تقنيات المعلومات المعتمدة على انظمة المعلومات المحسوبة فهي قوة رئيسية للتعبيرين التنظيمي والاداري.	[1، ص 467]
وحدات ضرورية تدعم اعادة تصميم الاعمال وتبسيط الاجراءات وتفعيل استخدام التقانة في دعم العمليات.	[2، ص 51]
مصطلح يستخدم لوصف المنتجات والانظمة التي تعالج المعلومات وتزويدها وتعالجها وتولدها باستخدام تقنيات الحاسوب والاتصالات.	[3، ص 1]
الاجهزة والبرامجيات التي تستخدمها نظم المعلومات تشير إلى الاجهزة والوسائل المادية الاخرى المشتركة في معالجة المعلومات.	[4، ص 42]
احدى الادوات المتيسرة للمدراء لمعالجة مشاكل التغير الحاصلة.	[5، ص 13]
تشير إلى الجانب التقني من نظم المعلومات والمتمثلة في تصميم الحاسوب وقواعد البيانات والبرامجيات والشبكات وغيرها من الوسائط السائدة في المنظمة لتي تستخدم في حل المشاكل وانجاز اهداف المنظمة.	[6، ص 72]

مجموعة من الأجهزة والبرمجيات التي تستخدم في أنظمة المعلومات	[7، ص4]
بأنها المكونات المادية للحاسوب والبرمجيات وتقنيات التخزين وتوفير حافظه لتقسيم موارد تقانة المعلومات للمنظمة	[8، ص14]
تسهيلات ضرورية للعمليات في أي موقع في أي مجال وظيفي.	[9، ص512]
بأنها "أداة ووسائل تستخدم لجمع المعلومات وتصنيفها وتحليلها وتخزينها أو توزيعها. وتصنف تحت عنوان أوسع واشمل وهي ((التقنيات المستندة على الحاسوب)) علاقتها المباشرة بنشاطات العمليات في المنظمة"	[10، ص166]

الجدول من اعداد الباحث بالاستناد إلى اراء الكتاب

ويرى الباحث استنادا إلى ما ذكر آنفا يمكن القول ان تقانة المعلومات هي عبارة عن اجهزة ومعدات وبرمجيات وخبرات تقوم على اساس تحويل البيانات التي تم جمعها ومعالجتها بأجراء عمليات الترتيب والتصنيف والتبويب وغيرها من العمليات والمعالجات التي تحول هذه البيانات إلى معلومات يمكن الاستفادة منها لمعالجة شتى المواقف في المنظمة ويندرج تحت مفهوم تقانة المعلومات تعليم اساليب طرق تشغيل الاجهزة والمعدات والبرمجيات للاستفادة منها.

ثانيا: أهمية تقانة المعلومات: تساهم تقانة المعلومات في تحقيق التوازن المطلوب بين الندرة وبين الكثرة ولا تتحصر اهميتها في هذه الحدود انما تتعداها الى ما أحدثته من التغييرات في طبيعة عمل الشركات السياحية بتوفير فرص عمل جديدة والغاء اعمال قديمة فاستخدام تقانة المعلومات ادى إلى تقليص عدد كبير من الوظائف؛ لانتقاء الحاجة اليها وايجاد فرص وظيفية جيدة تتميز بالمرتبات العالية والمواقع الوظيفية المتميزة [11، ص103]. لقد ازدادت اهمية تقانة المعلومات بالنسبة للشركات السياحية لأنها تساعد على الاقتصاد في التكاليف واتاحة فرص سوقية جديدة؛ لأنها تجعل الشركات السياحية تخرج عن النطاق القديم والتقليدي في ممارسة اعمالها في موقع واحد وبذلك فهي توفر فرص لهذه الشركات لإقامة شبكات للأعمال بين اطراف متفرقة في شتى انحاء العالم وبهذا فهي تساعدها على الانتشار والدخول إلى بيئات اخرى [12، ص17]. كما يمكن بيان اهمية تقانة المعلومات من خلال ابراز القدرات الرئيسية لتقانة المعلومات كما ابرزها وبينها [13، ص4] وكالاتي:

- 1- السرعة العالية في الاداء والحسابات الرقمية.
- 2- توفير الاتصال السريع والدقيق بكلفة قليلة ضمن المنظمات او بينها.
- 3- خزن كميات كبيرة من المعلومات بطريقة يسهل الوصول اليها في فضاء صغير.
- 4- امكانية الوصول السريع إلى مقدار هائل من المعلومات في انحاء العالم وبكلف قليلة.
- 5- زيادة كفاءة الافراد العاملين وفاعليتهم كمجموعات في مكان واحد أو مواقع مختلفة.
- 6- عرض المعلومات بصورة واضحة تتحدى العقل البشري.
- 7- المكنة الالية للعمليات.
- 8- السرعة في الطباعة والتحرير.

9- انجاز كل ماذكر سابقا باقل كلفة.

اما(اللوزي، 2002: 150) فقد تطرق إلى أهمية تقانة المعلومات في مجال الشركات السياحية حيث اكد على انها تؤدي دورا كبيرا في تحديث ادارة الشركات السياحية وتطويرها وتؤدي إلى خلق انواع جديدة من الوظائف ومجالات عمل ونشاطات متنوعة في بيئات العمل ويمكن ملاحظة ذلك كالآتي:

أ- تساعد على توفير قوة فعلية داخل التنظيم.

ب- تساعد على زيادة قنوات الاتصال الاداري بين مختلف الادارات.

ج- تساعد على تحقيق رقابة فعالة في العمليات التشغيلية.

د- تساعد على توفير الوقت لاسيما للإدارة العليا والتفرغ لواجبات اكثر أهمية.

هـ- تساعد على تقليص حجم التنظيمات الادارية.

يتضح من السابق اعلاه ان نظم المعلومات الحديثة والمتطورة وتقانتها بمثابة القلب النابض في الشركات السياحية، لان نظم المعلومات الحديثة تقانتها تعمل على تنظيم عمل الشركات السياحية، ومنها تنساب المعلومات الحيوية والقرارات المناسبة وتوجه وتنفذ انشطتها واعمالها، وبمعنى اخر تعد نظم المعلومات وتقانتها بمثابة مصدر اغناء لحياة الشركات السياحية وبقائها ونموها وتطور اعمالها.

ثالثا: مكونات تقانة المعلومات: ان مكونات تقانة المعلومات المعاصرة تشتمل على خمسة من العناصر الأساسية والتي ستكون محور تركيز الدراسة الحالية وهي:

1. العتاد (الأجهزة والمعدات): تضم الأجهزة والمعدات كل الوسائل والمواد المستخدمة في معالجة المعلومات يقتصر هذا المفهوم على أجهزة الحاسوب فقط بل كذلك وسائل حفظ البيانات التي تعني كل الأشياء الملموسة التي يتم تسجيل البيانات عليها، [14،ص23]. ويمكن تقسيم الأجهزة والمعدات إلى [15،ص15].

- وحدات الإدخال: مثل الفأرة الإلكترونية والقارئ الضوئي (Scanner).
- وحدات الإخراج: مثل الشاشات والطابعات.
- وحدات الخزن: مثل الأقراص الممغنطة وتقنية الـ (Flash Memory).
- وحدات التحكم والسيطرة: مثل وحدة المعالجة المركزية (CPU) وذاكرة الوصول العشوائي (RAM).
- أجهزة الاتصالات: مثل (Modem), (Satellite).
- وحدات الربط: مثل (Ports), (Cord).

2. البرمجيات: البرمجيات هي عبارة عن تعليمات مفصلة للغاية توجه العتاد نحو تشغيل الحاسوب أو تمثل أوامر المبرمج أو كليهما، وبذلك يمكن للحاسوب القيام بعمله، وتتوفر هذه البرامج عادة على اسطوانات مدمجة CD او الاقراص DVD أو حتى على اقراص مرنة احيانا ونظرا لتتنوع البرمجيات بشكل كبير فقد أمكن استخدامها في العديد من المجالات نظراً لفوائدها العديدة وتعد أنواعها المتوفرة أيضاً، ومن شأن البرمجيات مساعدة تقانة المعلومات على أداء مهامها في تهيئة المعلومات وتبسيط الإجراءات وحل المشكلات وصنع القرارات الصائبة، [16،ص89].

3. **الاتصالات:** ويقصد بها استخدام تقانة البرمجيات والشبكات بأنواعها، وهي العملية التي تهتم بنقل وتبادل الأفكار والمشاعر بين أطراف عملية الاتصال مما يؤدي إلى تحقيق أهدافها أو بوصفها العملية التي يحاول من خلالها الأفراد بناء معانٍ مشتركة عن طريق الرسائل الرمزية، ومن أهداف تطبيق نظام الاتصالات الحديثة في الشركات السياحية المبحوثة تسهيل تدفق البيانات والمعلومات في قنواتها المختلفة على النحو الذي يسهل وصولها إلى محلاتها المناسبة في الكم والوقت والنوع والدقة المناسبة، كما يهدف إلى تسهيل تدفق المعلومات من المحلات التي تتوافر فيها إلى مختلف مواضع صنع القرارات التي تحتاجها لإغراض صنع مختلف القرارات التخطيطية والتنظيمية والقيادية والرقابية، كما تهدف إلى تحقيق التماسك والترابط على المستويين (الداخلي) (بين أجزاء الشركة السياحية)، أو (الخارجي) (بين الشركة السياحية وبيئتها الخارجية)، وإيضاً تخفيف حدة الصراعات سواء ما يتعلق منها بالصراع على مستوى الشركة السياحية (الصراع التنظيمي) أم ما يتعلق منها بصراع الشركة السياحية ضمن البيئة مع الشركات السياحية الأخرى، [17]، ص 20 .

4. **الموارد البشرية:** وهم الأفراد الذين يقومون بإدارة وتشغيل تقانة المعلومات من إداريين ومتخصصين ومستخدمين نهائيين للنظام، ويكاد يتفق أغلب المتخصصين في مجال نظم المعلومات على أن أهمية العنصر البشري في إدارة نظام المعلومات تفوق أهمية المستلزمات المادية على نحو كبير، وكذلك تعزى إليهم أسباب أغلب حالات الفشل في النظام، [18، ص 141]. ويصنف [19، ص 49] الأفراد إلى:

- أ- المتخصصين: وهم المحللون، ومصممون النظام، والمبرمجون، ومتخصصو تشغيل الأجهزة وصيانتها.
- ب- الإداريين: وهم المستخدمون لأنظمة المعلومات كمستفيدين لمنتجات النظام (من المحاسبين ورجال البيع ومهندسين، ومدراء الشركات السياحية).

المحور الثالث: - إطار مفاهيمي للإدارة السياحية

أولاً: المفهوم: الإدارة في مفهومها العام هي "عملية استغلال الموارد التنظيمية لتحقيق الأهداف المخططة" [20]، ص 5 كما يمكن تعريفها بأنها "عملية إنسانية هادفة إلى تحقيق نتائج مرغوبة تحقق نفعاً لأصحاب المصلحة، يقوم عليها نفر من المتخصصين، يدبرون الموارد والإمكانات اللازمة، ويحددون الأعمال الواجبة، ويضعون الخطط والبرامج، ويقودون القائمين بالتنفيذ، ويراقبون سير الأداء للتأكد من تحقق النتائج المرجوة، وهم بذلك يأخذون في الحسبان الظروف المحيطة بهم، ويلتمسون الفرص ويتجنبون المخاطر ويستعدون لاحتمالات المستقبل" [21]، ص 2. والجدول رقم (2) يوضح آراء بعض الكتاب والباحثين في هذا المجال وكالاتي:

الجدول (2): تعريفات الكتاب والباحثين للإدارة السياحية

ت	الكاتب، السنة: الصفحة	التعريف
1	[22،ص49]	عملية تصميم البيئة والمحافظة لتحقيق وإنجاز أهداف مختارة بكفاءة
2	[23،ص21]	هو تفوق الشركة السياحية باستمرار على مثيلاتها بتقديم أفضل الخدمات، والارتباط مع زبائنها والمتعاملين معها بعلاقات الدعم والتفاعل.
3	[24،ص4]	بأنها القدرة على توفيق وتنسيق عناصر الشركة السياحية وتشغيلها في تكامل وترابط لتحقيق أعلى معدلات الفاعلية والوصول بذلك إلى مستوى المخرجات الذي يحقق رغبات ومنافع وتوقعات أصحاب المصلحة المرتبطين بالشركة السياحية.
4	[25،ص8]	تعريف النموذج الأوربي لعام 2003 بأنها تلك الممارسة المتأصلة في إدارة المنظمة وتحقيق النتائج، التي تركز على مجموعة من المعايير الجوهرية.
5	[26،ص9]	بأنها تلك الجهود التنظيمية المخططة التي تهدف إلى تحقيق الميزات التنافسية الدائمة للشركة السياحية.
6	[27،ص1]	هي جهود تنظيمية مخططة تهدف إلى تحقيق الميزات التنافسية الدائمة للشركة السياحية.
7	[28،ص6]	تلك الخبرة والمقدرة التي تعكس الأداء الناجح والكفاءة لمهمة معقدة من المهام بطريقة متميزة.

الجدول من اعداد الباحث بالاستناد إلى اراء الكتاب

ثانيا: الاهمية

1. حجز وبيع تذاكر السفر الخاصة بوسائل النقل المختلفة برية وبحرية وجوية .
2. تقديم المعلومات والإستشارات إلى العملاء عن الرحلات المناسبة وأسعارها والأماكن المناسبة لهم حسب رغباتهم .
3. تنظيم وتنفيذ الرحلات السياحية الجماعية والفردية في الداخل والخارج وعمل الترتيبات اللازمة لها.
4. تزويد العملاء بالمطبوعات ، وعمل الترتيبات اللازمة نحو حجز الغرف بالفنادق وأماكن الإقامة المختلفة .
5. الإلمام التام بكافة المعلومات الخاصة بجدول ومواعيد رحلات الطائرات والقطارات وأسعار الخدمات المقدم بها.
6. عمل الترتيبات اللازمة الخاصة بحجز الغرف بالفنادق وأماكن الإقامة المختلفة .
7. تنظيم الإشتراك في الأحداث السياحية الخاصة والمهرجانات المختلفة.
8. مساعده العملاء في تجهيز المستندات الخاصة بالسفر واستخراج التأشيرات السياحية.
9. تنظيم وتحديد أماكن الزيارة التي يتضمنها البرنامج السياحي.
10. إجراء كافة الترتيبات الخاصة برحلات المجموعات ذات الإهتمامات الخاصة.

11. تنظيم النقل السياحية.
12. إعداد وتنظيم البرامج السياحية المنظمة والشاملة.
13. بيع السفريات السياحية المنظمة والشاملة.
14. الإعلان والترويج والتوزيع للسفريات السياحية المنظمة.
15. تقديم الاستشارات والنصح حول السفر وخدماته.
16. تنظيم حجوزات جماعية سواء كانت للنقل السياحي أو في منشآت الإقامة أو في المطاعم إلخ، [29، ص50].

ثالثاً: الإبعاد:-

1. **البعد الاقتصادي:** تلعب السياحة دوراً هاماً في اقتصاديات الدول وتحتل مكاناً مرموقاً واهتماماً عالمياً من جانب الحكومات والخبراء حيث الإصرار على أن الدولة التي أخذت في تطوير وتنمية القطاع السياحي فيها تأخذ طريقها نحو التنمية الاقتصادية وتحسين الهيكل الاقتصادي ويظهر الأثر الاقتصادي للسياحة في زيادة الإيرادات السياحية من النقد الأجنبي مما يعطي الدفعة اللازمة للتنمية بتوفير أكبر قدر من العملات الأجنبية التي ينفقها السائحون خلال مدة إقامتهم على مختلف الخدمات والسلع السياحية وغير السياحية كما أن هذا الانفاق السياحي يحقق آثاراً مضاعفاً إذا أعيد إنفاقه عدداً من المرات على تحسين السلع والخدمات مما يؤدي إلى مضاعفة هذا الدخل ولا تقتصر الفائدة التي تعود على الاقتصاد القومي من النشاط السياحي الجاري بل أن الانفاق السياحي الاستثماري يساهم في تنمية عدد من القطاعات التي تغذي قطاع السياحة بما يحتاجه من سلع وخدمات، كما يمكن للحكومة التحكم في مساهمة السياحة في الإيرادات الحكومية بالقدر الذي تحتاجه متمثلاً في أشكال ضريبية مباشرة وغير مباشرة على الأرباح التجارية والصناعية والجمركية.
2. **البعد البيئي:** تساهم المنظمات السياحية في تحسين وتطوير المزارات السياحية وصيانتها وترميمها كالمراقد والمساجد والمقامات وغيرها وعرضها ضمن المنتج السياحي للمقصد السياحي، إيجاد المجتمعات الجديدة نتيجة التوسع والاستثمار السياحي وإعادة توزيع السكان بشكل أفضل، وإيضاً الاختيار الأفضل للأنماط السياحية التي تتناسب وطبيعة المجتمع وكذلك التصميمات المعمارية الملائمة والتي تعكس ثقافة المجتمع وأصالته للحفاظ على التقاليد والعادات الموروثة للمجتمعات والتي تؤدي إلى ازدياد إقبال السياح على تلك المجتمعات للتعرف على تقاليدها وعاداتها.
3. **البعد الاجتماعي:** تساهم المنظمات السياحية في تنمية المجتمع إسهاماً واضحاً مما يحتم التركيز على قطاع السياحة بشكل كبير من خلال تحسين مستوى الخدمات السياحية والفندقية والنقل وإعداد برامج تدريبية في هذا المجال باستخدام التخطيط العلمي السليم المتكامل، وأن الازدهار المستمر للسياحة يقضي على العديد من المشاكل، كالبطالة والركود الاقتصادي، وإعادة توزيع السكان بشكل أفضل وذلك بإقامة المشاريع السياحية في المجتمعات العمرانية السياحية الجديدة، وأن السياحة تستلزم الاهتمام بالجانب الصحي للمجتمع والقضاء على التلوث البيئي، وتعد المنظمات السياحية مهمة جداً في تحقيق الرفاهية للمجتمع، [30، ص716]

4. **البعد الثقافي:** ان الاهتمام المحلي والدولي بالبعد الثقافي يبرز اهمية الثقافة كأحد القطاعات الاساسية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية فهي تشكل قوة اساسية في مجال الابداع وخلق الثروة ومناصب التشغيل وقد ساهم الاهتمام بدور الثقافة في التنمية برونز الصناعات الثقافية التي اضحت جزءاً من الصناعات الاساسية، ومن اهم المجالات التي حظيت باهتمام خبراء السياسات الثقافية اعتناؤهم بالسياحة الثقافية لا سيما ان العقود الأخيرة تميزت بحركة الشعوب وبتنوع وسائل النقل والاتصال وبتزايد العرض والطلب على اماكن الجذب وتعتمد السياحة الثقافية على مجموعة من العادات والممارسات السياحية المرتبطة بالتراث الثقافي والطبيعي مثل زيارة المواقع الاثرية والتاريخية، [31، ص225].

المحور الرابع:- الجانب العملي.

أولاً: وصف مجتمع البحث: اختارت البحث لمجتمعة عدد من الشركات السياحية في محافظة بغداد، حيث أنه يتكون من (32) شركة سياحية كما مبين في الجدول التالي:

الجدول(1):الاستثمارات الموزعة على الشركات السياحية المبحوثة

ت	أسماء الشركات السياحية	عدد الاستثمارات الموزعة	عدد الاستثمارات المرجعة والصالحة للتحليل
1	رحلة القمر	4	3
2	جار القمر	4	3
3	شركة الطريق الماهر	4	3
4	مراسيل	5	3
5	النخيل	5	3
6	الصدى	4	3
7	الروامس	3	3
8	دار الوليد	4	3
9	البساط السحري	5	3
10	نور الصدى	4	3
11	البقاع	4	3
12	ضوء البروج	3	3
13	المسافر	4	3
14	الحجاز	4	3
15	الطائر المميز	5	3
16	قصر الروان	3	2
17	ارض البتراء	4	3
18	القاهرة	5	3
19	رحلة العجائب	3	3
20	طوق الياسمين	4	3

21	عبيد الميسم	5	3
22	رجلة السفاري	3	3
23	جبل قنديل	4	3
24	سماء بيروت	5	3
25	زهرة الساحل	3	3
26	ضيوف العربية	4	3
27	بلد الامين	5	3
28	بوابة العلم	4	3
29	ضوء المستقبل	4	3
30	العزة	3	3
31	منائر دجلة	3	3
32	القصواء التراث	4	3
	المجموع	128	95

المصدر: من اعداد الباحث.

ثانيا: عينة البحث: تتكون من :

جدول (2)

عينة البحث	العدد	النسبة المئوية
رئيس مجلس الإدارة	20	21.05%
المديرون المفوضون	15	15.78%
معاون مدير مفوض	19	20%
مدراء الأقسام	21	21.10%
مدير المبيعات	20	21.05%
المجموع	95	100%

ثالثاً: أساليب جمع وتحليل البيانات: صممت إستمارة الإستبانة بطريقة هدف البحث وفرضيته، من خلال الإعتماد على الإديبات النظرية ذات العلاقة بموضوع البحث، كما كانت هناك مقابلات شخصية مع أعضاء مجلس الإدارة والمديرين ورؤساء الأقسام في المنظمة.

- الأساليب الإحصائية : لقد تم أتباع عدد من الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة البيانات وتم احتساب النتائج و أستخرجها ومعالجتها بالحاسب الآلي و بأستخدام برنامج (SPSS).

❖ التوزيع التكراري لإفراد عينة البحث:

- التوزيع التكراري لإفراد عينة البحث حسب الجنس: من خلال تحليل إستمارة الإستبانة بعد ملئها من قبل أفراد عينة البحث (الشركات السياحية)، والتي كانت بواقع (95) إستمارة على وفق الجدول (1):

جدول (3) يُبين توزيع حسب الجنس

النسبة المئوية %	التكرار	الجنس
84.21%	80	ذكر
15.78%	15	أنثى
100%	95	المجموع

❖ التوزيع التكراري لإفراد عينة البحث حسب التحصيل الدراسي: من خلال تفرغ البيانات الخاصة بالتحصيل الدراسي لإفراد عينة البحث وكما موضح بالجدول (4):

جدول (4) يُبين توزيع التحصيل الدراسي حسب سنوات الخدمة

النسبة المئوية %	التكرار	التحصيل الدراسي
4.21%	4	إعدادية
14.73%	14	دبلوم
42.10%	40	بكلوريوس
11.57%	11	دبلوم عالي
16.84%	16	ماجستير
10.52%	10	دكتوراه
100%	95	المجموع

❖ التوزيع التكراري لعينة البحث حسب سنوات الخدمة: تبين من خلال تفرغ البيانات الخاصة بسنوات الخدمة في القطاع الفندقي والفنادق لإفراد عينة البحث، وكما في الجدول (5).

جدول (5) يُبين توزيع حسب سنوات الخدمة

النسبة المئوية %	التكرار	سنوات الخدمة
24.21%	23	1-5
29.47%	28	6-10
26.31%	25	11-15
14.73%	14	16-20
5.26%	5	21 فأكثر
100%	95	المجموع

رابعا : تحليل اراء واستجابات افراد العينة حول متغيرات البحث

استخدم لهذا الغرض مقياس (Likert) الخماسي الذي يتوزع من اعلى وزن له والذي أعطى (5) درجة التمثل حقل الإجابة (أففق بشدة) الى أوطأ وزن له والذي أعطى (1) درجة لتمثل حقل الإجابة (لا أففق بشدة) وبينهما أوزان أخرى هي (2، 3، 4) لتمثل حقول الإجابة (اتفق محايد، لا اتفق على التوالي. ومن جانب آخر اعتمد الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) كمعيار وتقييم الدرجة المتحصل عليها، علما أن الوسط الفرضي يمثل $(1+2+3+4+5)/5 = 3$ ، وتم تقسيم هذا المبحث الى الاتي :

أ - تحليل آراء واستجابات أفراد العينة حول مكونات تقانة المعلومات (المتغير المستقل) :

جدول (6): التوزيع التكراري والأوساط الحسابية لمكونات تقانة المعلومات

العامل	الفئات	تتفق بشدة	تتفق	محايد	لا أتفق	لا أتفق بشدة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %
الأجهزة و المعدات	X1	28	45	11	6	5	4.22	0.75	84.42
	X2	30	42	18	3	2	4.35	0.68	86.95
	X3	30	45	12	5	3	4.11	0.84	82.11
	X4	33	45	9	6	2	4.26	0.79	85.26
	X5	27	46	17	4	1	4.17	0.72	83.37
البرمجيات	المعدل العام						4.22	0.76	84.42
	X6	45	31	9	5	5	3.81	1.16	76.21
	X7	40	32	12	5	6	4.09	0.93	81.89
	X8	32	29	10	15	9	3.23	1.34	64.63
	X9	23	45	10	8	9	3.63	1.17	72.63
	X10	36	40	9	3	7	4.38	0.67	87.58
	المعدل العام						3.38	1.14	76.89
الاتصالات	X11	25	42	14	8	6	4.18	0.81	83.58
	X12	40	23	11	9	12	3.59	1.19	71.79
	X13	33	41	10	8	3	4.08	0.92	81.68
	X14	23	28	21	10	13	3.67	1.28	73.47
	X15	38	31	10	8	10	3.46	1.16	69.05
	المعدل العام						3.79	1.12	76.64
الموارد البشرية	X16	39	26	13	10	7	3.63	1.22	72.63
	X17	48	30	12	3	2	4.29	0.87	85.89
	X18	30	44	9	8	4	4.26	0.72	85.26
	X19	39	29	17	7	3	4.22	0.88	84.42
	X20	26	39	20	6	4	3.75	1.06	74.95
							4.03	1.00	80.63
مؤشر الكلي لتقانة المعلومات						3.98	1.00	79.58	

المصدر : إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الحاسبة الإلكترونية.

تلاحظ من الجدول أعلاه ما يلي :

- 1- **الاجهزة والمعدات** : أن فقرات الاجهزة والمعدات حققت مستوى جيد، إذ بلغ المتوسط الحسابي (4.22) وهو أكبر من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) وبنسبة اتفاق (84.42%) وهي في مدى جيد جدا يدعمه انحراف معياري (0.76)، وان اكثر الفقرات اسهاما في تحقيق هذا المستوى كانت أولها تستخدم الشركة السياحية اجهزة الهاتف والتلكس والفاكس في انجاز اعمالها المختلفة، (X2) وباتفاق (86.95%) من المبحوثين وبوسط حسابي (4.35) وانحراف معياري (68.0)، في حين كان العامل الخامس (X3) والمتمثل بـ(ان الاجهزة التي تستخدمها الشركة السياحية تضمن المعالجة السريعة والدقيقة للبيانات) وباتفاق (82.11%) من الأفراد المبحوثين وبوسط حسابي (4.26) وبانحراف معياري (0.79).
- 2- **البرامجيات** : أن فقرات البرامجيات حققت مستوى جيد، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.83) وهو أكبر من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) وبنسبة اتفاق (76.89%) وهي في مدى جيد يدعمه انحراف معياري (1.14)، وأن اكثر الفقرات اسهاما في تحقيق ايجابية هذا المتغير كانت تتعلق بـ(تمتلك الشركة السياحية برامجيات قادرة على التنبؤ بحاجات الزبون (الضيف))، والمتمثلة بالعامل (X10) وباتفاق (87.58%) يدعمه وسط حسابي (4.38) وبانحراف معياري (0.67)، أما العامل المتمثل بـ (X8) البرامجيات المتوفرة تتناسب وتحقق اهداف الشركة السياحية، وباتفاق (64.63%) يدعمه وسط حسابي (3.23) وبانحراف معياري (1.34).
- 3- **الاتصالات** : أن فقرات الاتصالات حققت مستوى جيد، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.79) وهو أكبر من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) وبنسبة اتفاق (76.64%) وهي في مدى جيد يدعمه انحراف معياري (1.12)، وان اكثر الفقرات اسهاما في تحقيق ايجابية هذا المتغير كانت تتعلق بـ(توظف الشركة السياحية ذوي الخبرة باستخدام الانترنت، (X11) وباتفاق (83.58%) يدعمه وسط حسابي (4.18) وبانحراف معياري (0.81)، أما العامل (X15) والمتمثل بـ(ترتبط فروع الشركة السياحية بشبكة واحدة تسهم في مراقبة وضبط سير العمليات) وباتفاق (69.05%) يدعمه وسط حسابي (3.45) وبانحراف معياري (1.16).
- 4- **الموارد البشرية** : أن فقرات الموارد البشرية حققت مستوى جيد، إذ بلغ المتوسط الحسابي (4.03) وهو أكبر من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) وبنسبة اتفاق (80.89%) وهي في مدى جيد يدعمه انحراف معياري (1.00)، وان اكثر الفقرات اسهاما في تحقيق ايجابية هذا المتغير كانت تتعلق بـ(يتوفر لدى الشركة السياحية مبرمجين وخبراء يستطيعون تطوير البرامجيات وتكييفها وفقا لما تحتاجه الشركة)، والمتمثلة بالعامل (X17) وباتفاق (80.63%) يدعمه وسط حسابي (4.29) وبانحراف معياري (0.87)، أما العامل (X16) والمتمثل بـ(تعمل الشركة السياحية على استقطاب أصحاب الاختصاص في مجال تكنولوجيا المعلومات) جاء بالمرتبة الأخيرة وباتفاق (72.63%) يدعمه وسط (3.63) وبانحراف معياري (1.22).

مما تقدم نلاحظ أن المؤشر الكلي لتقانة المعلومات جاء بمستوى جيد، إذ بلغ المتوسط الحسابي العام له (3.98) وهو أعلى من الوسط الفرضي (3) وبنسبة اتفاق (79.58%) يدعمه انحراف معياري (1.00) وهي في مدى جيد.

وبناءً على ذلك فإن إدارة الشركات السياحية المبحوثة تبدي اهتماماً جيداً بهذا المتغير من خلال تستخدم الشركة السياحية أجهزة الهاتف والتلكس والفاكس في انجاز اعمالها المختلفة، و(تمتلك الشركة السياحية برمجيات قادرة على التنبؤ بحاجات الزبون (الضيف))، إضافة الى أنها توظف الشركة السياحية ذوي الخبرة باستخدام الانترنت)، و(يتوفر لدى الشركة السياحية مبرمجين وخبراء يستطيعون تطوير البرمجيات وتكييفها وفقاً لما تحتاجه الشركة).

وبعد الانتهاء من وصف استجابات افراد العينة حول مكونات تقانة المعلومات (الأجهزة والمعدات، البرمجيات، والاتصالات، والموارد البشرية)، لابد من تحديد الأهمية النسبية لهما بهدف الوقوف على أولويات الشركة السياحية، والجدول (7)، يوضح الأهمية النسبية لهما.

جدول (7): الأهمية النسبية لمكونات تقانة المعلومات

ت	المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	معامل الاختلاف %	ترتيب الأهمية
1	الأجهزة والمعدات	4.22	0.76	84.42	18.01	الأول
2	البرمجيات	3.83	1.14	76.89	29.89	الثالث
3	الاتصالات	3.79	1.12	76.64	29.11	الرابع
4	الموارد البشرية	4.03	1.00	80.63	24.87	الثاني
	تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	3.98	1.00	79.58	25.47	

المصدر : إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الحاسبة الإلكترونية.

يتضح من الجدول أعلاه أن تقانة المعلومات في الشركات السياحية المبحوثة كان بمستوى (3.98) من المقياس ذو الدرجات الخمسة، وبالرغم من تجاوز الوسط الحسابي له للوسط الفرضي (3) وبوزن مئوي (79.58%)، إلا أنه دون المستوى المطلوب ويحتاج الى اهتمام أكثر من قبل إدارة الشركات السياحية المبحوثة ومحاولة تحسينه مستقبلاً.

ب - تحليل آراء واستجابات أفراد العينة حول إبعاد الإدارة السياحية (المتغير التابع):

جدول (8) التوزيع التكراري والأوساط الحسابية لأبعاد الإدارة السياحية

العمل	الفقرات	الفرق	الفرق	الفرق	الفرق	الفرق	الفرق	الفرق	الفرق
توزيع (X1)	X1	28	37	12	13	5	3.68	1.27	73.68
	X2	45	25	11	9	5	3.67	1.31	73.47
	X3	32	39	20	1	3	3.95	0.80	78.95
	المعدل العام						3.77	1.15	75.37
توزيع (X2)	X4	30	40	9	7	9	3.91	1.27	78.11
	X5	42	28	10	7	8	3.85	1.25	77.05
	X6	29	49	8	6	3	3.81	1.05	76.21
	المعدل العام						3.86	1.19	77.12
توزيع (X3)	X7	40	29	13	9	4	3.84	1.08	76.84
	X8	39	22	14	8	12	3.63	1.34	72.63
	X9	31	40	14	3	7	3.87	1.12	77.47
	المعدل العام						3.78	1.19	75.65
توزيع (X4)	X10	35	29	21	3	7	3.86	1.18	77.26
	X11	20	38	15	11	11	3.42	1.23	68.42
	X12	29	27	21	15	3	3.57	1.13	71.37
	المؤشر العام						3.62	1.19	72.35
المؤشر الكلي للإدارة السياحية									
							3.76	1.18	75.12

المصدر : إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الحاسبة الإلكترونية.

نلاحظ من الجدول اعلاه ما يلي :

1- **البعد الاقتصادي:** أن فقرات البعد الاقتصادي حققت مستوى جيد، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.77) وهو أكبر من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) وبنسبة اتفاق (75.37%) وهي في مدى جيد يدعمه انحراف معياري (1.15)، وأن أكثر الفقرات أسهاماً في تحقيق إيجابية هذا المتغير كانت تتعلق بـ (لا تستطيع الشركة السياحية الحصول على تقنيات اتصال حديثة بسبب ارتفاع ثمنها)، والمتمثلة بالعامل (X3) وباتفاق (78.95%) يدعمه وسط حسابي (3.95) وانحراف معياري (0.80). أما العامل الذي جاء بالمرتبة الأخيرة (X1) والمتمثل بـ (التأكيد على الخطط السياحية الطويلة الأمد مع توفير ما ينتج عنها من منافع اقتصادية) وباتفاق (73.68%) يدعمه وسط حسابي (3.68) وانحراف معياري (1.27).

2- **البعد البيئي:** أن فقرات البعد البيئي حققت مستوى جيد، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.86) وهو أكبر من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) وبنسبة اتفاق (77.12%) وهي في مدى جيد يدعمه انحراف معياري

(1.19)، وأن أكثر الفقرات إسهاماً في تحقيق ايجابية هذا المتغير كانت تتعلق بـ(يمتلك السائح الخبرة والمعرفة حين انتقاله من بلد الى بلد اخر) والتمثلة بالعامل (X4) وباتفاق (78.11%) يدعمه وسط حسابي (3.91) وبانحراف معياري (1.27) معياري (1.25)، أما العامل الأخير (X6) والتمثل بـ(احترام البيئة وحماية الموارد الطبيعية من الخراب والتلوث))، وباتفاق (76.21%) يدعمه وسط حسابي (3.81) وبانحراف معياري (1.05).

3- البعد الاجتماعي: أن فقرات البعد الاجتماعي حققت مستوى جيد، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.78) وهو أكبر من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) وبنسبة اتفاق (75.65%) وهي في مدي جيد يدعمه انحراف معياري (1.19)، وأن أكثر الفقرات اسهاماً في تحقيق ايجابية هذا المتغير كانت تتعلق بـ(السياحة عنصر من عناصر التنمية)، والتمثلة بالعامل (X9) وباتفاق (77.47%) يدعمه وسط حسابي (3.87) وبانحراف معياري (1.12). أما العامل الأخير (X8) والتمثل بـ(اعتماد الكياسة واللطفة للتعامل مع الزبائن من اجل كسب رضاه)، وباتفاق (72.63%) يدعمه وسط حسابي (3.63) وبانحراف معياري (1.34).

4- البعد الثقافي: أن فقرات البعد الثقافي حققت مستوى جيد، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.62) وهو أكبر من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) وبنسبة اتفاق (72.35%) وهي في مدي جيد يدعمه انحراف معياري (1.119)، وان أكثر الفقرات إسهاماً في تحقيق ايجابية هذا المتغير كانت تتعلق بـ(يعتبر الوعي السياحي احد العوامل المهمة في رفع الوعي الاجتماعي عند السكان)، والتمثلة بالعامل (X10) وباتفاق (77.26%) يدعمه وسط حسابي (3.86) وبانحراف معياري (1.18)، أما العامل الأخير (X11) والتمثل بـ(تقديم نوعية عالية من المعلومات والخبرات السياحية بالشكل المناسب للسياح)، وباتفاق (68.42%) يدعمه وسط حسابي (3.42) وبانحراف معياري (1.23).

مما تقدم نلاحظ أن المؤشر الكلي للإدارة السياحية جاء بمستوى جيد، إذ بلغ المتوسط الحسابي العام له (3.76) وهو أعلى من الوسط الفرضي (3) وبنسبة اتفاق (75.12%) وهي في مدي جيد. يدعمه انحراف معياري (1.08). وبناءً على ذلك فإن الإدارة السياحية تولى اهتمام بـ (لا تستطيع الشركة السياحية الحصول على تقنيات اتصال حديثة بسبب ارتفاع ثمنها) و(يمتلك السائح الخبرة والمعرفة حين انتقاله من بلد الى بلد اخر) و(السياحة عنصر من عناصر التنمية) و(يعتبر الوعي السياحي احد العوامل المهمة في رفع الوعي الاجتماعي عند السكان)،

وبعد الانتهاء من وصف استجابات افراد العينة حول ابعاد الادارة السياحية (البعد الاقتصادي، البعد البيئي، البعد الاجتماعي، البعد الثقافي) لابد من تحديد الأهمية النسبية لهما بهدف الوقوف على أولويات اهتمام الادارة السياحية، والجدول (9) يوضح الأهمية النسبية لهما.

جدول (9): الأهمية النسبية لأبعاد الإدارة السياحية

ت	المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المنوي %	معامل الاختلاف	ترتيب الأهمية
1	البعد الاقتصادي	3.77	1.15	75.37	11.26	الثالث
2	البعد البيئي	3.86	1.19	77.12	12.10	الأول
3	البعد الاجتماعي	3.78	1.19	75.65	11.12	الثاني
4	البعد الثقافي	3.62	1.19	72.35	8.77	الرابع
	الإدارة السياحية	3.76	1.18	75.12	10.81	

المصدر : إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الحاسبة الإلكترونية.

يتضح من الجدول أعلاه أن أبعاد الإدارة السياحية للشركات المبحوثة كان بمستوى جيد من المقياس ذو الدرجات الخمسة وبوزن منوي (75.12)، وبالرغم من تجاوز الوسط الفرضي (3)، إلا أنه لا زال دون المستوى المطلوب ويحتاج إلى اهتمام أكثر من قبل الإدارة السياحية للمحافظة عليه ومحاولة تحسينه مستقبلاً.

خامساً : تحليل واختيار علاقات الارتباط بين مكونات تقانة المعلومات والإدارة السياحية

تختص هذه الفقرة بقياس علاقات الارتباط بين متغيرات البحث والتي تضمنتها الفرضية الرئيسية الأولى لكل مكون من مكونات تقانة المعلومات وذلك من خلال استخدام معامل الارتباط بيرسون من أجل اكتشاف طبيعة العلاقة الواردة في الفرضية الرئيسية الأولى والفرضيات الفرعية المنبثقة منها والتي تنص على وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مكونات تقانة المعلومات والإدارة السياحية والجدول (10) يوضح نتائج تحليل علاقة الارتباط مكونات تقانة المعلومات والإدارة السياحية.

جدول (10) نتائج تحليل علاقات الارتباط بين مكونات تقانة المعلومات والإدارة السياحية

الادارة السياحية					المتغير التابع
درجة الثقة					
درجة الثقة	مستوى معنوية	T الجدولية	T المحسوبة	R	المتغير المستقل (X)تقانة المعلومات
95%	0.05	2.39	3.402	0.93	الاجهزة والمعدات
			3.121	0.98	البرمجيات
			3.245	0.96	الاتصالات
			3.542	0.90	الموارد البشرية
			3.275	095	المؤشر الكلي
الارتباط بين المتغيرين موجب وقوي ومعنوي					القرار (النتيجة)

المصدر : إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الحاسبة الإلكترونية.

يتضح من الجدول (10) وجود علاقة الارتباط طردية (موجبة) بين مكونات تقانة المعلومات والإدارة السياحية، إجمالاً، وذات دلالة إحصائية عند المستوي (5%) إذ بلغت قيمة معامل الارتباط البسيط بينها (R = 95%) وهي قيمة جيدة جداً تعكس قوة هذه العلاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين، وأن ما يدعم ذلك قيمة (T)

المحسوبة البالغة (90.29%) وهي أكبر من قيمة (T) الجدولية البالغة (2.39) ودرجة ثقة (95%)، وهذا يعني وجود علاقة ارتباط موجبة وقوية وذات دلالة إحصائية بين مكونات تقانة المعلومات والادارة السياحية إجمالاً، وقد جاءت نتائج اختبار تقانة المعلومات والادارة السياحية كلاً على حدة تدعم هذه النتيجة على النحو الآتي :

أ - هناك علاقة ارتباط خطية قوية بين الاجهزة والمعدات والادارة السياحية، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (0.93%) وهي قيمة جيدة جداً، إذ تشير قيمة (T) المحسوبة (3.402) وهي أكبر من قيمتها الجدولية (2.39) عند مستوى معنوي (5%)، أي درجه ثقة (95%). ويعني ذلك إلى قوة العلاقة بين المتغيرين.

ب - هناك علاقة ارتباط خطية ذات دلالة إحصائية بين البرامجيات والادارة السياحية بحسب ما أشار إليه معامل الارتباط البالغة (98.0%) وهي قيمة جيدة جداً تعكس قوة العلاقة بين المتغيرين، إذ تشير قيمة (T) المحسوبة (3.121) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (2.39) عند مستوى معنوية (5%) أي بدرجه ثقة (95%).

ج - هناك علاقة ارتباط خطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين الاتصالات والادارة السياحية، بحسب ما أشار إليه قيمة معامل الارتباط البالغة (96.0%) وهي قيمة موجبة تعكس قوة العلاقة بين المتغيرين، إذ تشير قيمة (T) المحسوبة (3.245)، وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (2.39) عند مستوى معنوية (5%)، أي بدرجه ثقة (5%).

د - يرتبط الموارد البشرية والادارة السياحية بعلاقة ارتباط خطية معنوية بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما (95.0%) وهي قيمة جيدة، إذ بلغت قيمة (T) المحسوبة (3.542)، وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (3.39) عند مستوى معنوية (5%) أي بدرجه ثقة (95%) وهذا يفسر أنه كلما تمكن الافراد العاملين بالشركة السياحية من الاستخدام الامثل لتقانة المعلومات كلما زادت قدرتهم في ادارة الشركة السياحية، لأداء أعمالهم وعمل الإدارة على تشجيع العاملين المبدعين بالشركة السياحية. وتأسيساً على النتائج السابقة التي تثبت وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تقانة المعلومات (أجمالاً وتفصيلاً) وابعاد الادارة السياحية وعليه يتم قبول الفرضية الرئيسية الأولى.

سادساً : اختبار الفرضية الرئيسية الثانية

تختص هذه الفقرة بقياس علاقات التأثير بين كل مكونات تقانة المعلومات والادارة السياحية من خلال استخدام انموذج الانحدار الخطي البسيط من أجل اكتشاف طبيعة العلاقة الواردة في الفرضية الرئيسية الثانية والتي تنص على وجود علاقة (تأثير بين تقانة المعلومات والادارة السياحية) والجدول (11) يوضح نتائج تحليل علاقة التأثير بين مكونات تقانة المعلومات والادارة السياحية.

جدول (11): نتائج تقدير نموذج الانحدار الخطي البسيط لمكونات تقانة المعلومات والادارة السياحية (إجمالاً وتفصيلاً)

المتغير المتعمد المتغير المستقل	الادارة السياحية			مستوى معنوية
	R2%	قيمة (F) المحسوبة	قيمة (F) الجدولية	
الاجهزة والمعدات	85.87	18.24	10.1	0.05
البرمجيات	96.22	36.42		
الاتصالات	91.37	31.47		
الموارد البشرية	81.43	13.15		
المؤشر الكلي	91.29	27.90		

المصدر : إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الحاسبة الإلكترونية

يتضح من الجدول (11) نتيجة قياس تأثير مكونات تقانة المعلومات إجمالاً وتفصيلاً على متغيرات الادارة السياحية إذ يؤثر معامل التحديد (F2) أن نسبة الاختلاف المفسر في الادارة السياحية لتقانة المعلومات لا تقل عن نسبة (90.29%)، وهي نسبة ممتازة يدعم ذلك اختيار (F) فقد بلغت قيمه (F) المحسوبة (27.90) وهي اكبر من قيمتها الجدولية البالغة (10.1) عند مستوى معنوية (5%) وهذا يعني أن النسبة المتبقية من قيمة معامل التحديد (R2) هي (9.71%) فتعزى لأسباب أخرى غير داخلية في البحث الحالي. وجاءت نتائج علاقة التأثير بين متغيرات تقانة المعلومات كلا على حدة والادارة السياحية على النحو الاتي:

أ - وجود تأثير جيد جداً حسب ما أشار إليه معامل التحديد بين الاجهزة والمعدات والادارة السياحية وهي نسبة تشير إلى أن تقانة المعلومات والاتصالات قادرة على تفسير (85.87%)، من التغيرات الحاصلة في متغير الادارة السياحية، وأن النسبة الباقية (14.13%) هي بسبب متغيرات أخرى غير داخلية في البحث الحالي، كما تشير قيمة (F) المحسوبة والبالغة (18.24) إلى أن العلاقة بين المتغيرين معنوية عند مستوى (5%).

ب - هناك تأثير ذات دلالة معنوية بين البرمجيات والادارة السياحية إذ بلغت قيمه معامل التحديد (96.22%) تدعّمه قيمة (F) المحسوبة (36.42) عند مستوى معنوية (5%) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (10.1)، وهذه النسبة تشير إلى قدرة البرمجيات على تفسير التغيرات الحاصلة في متغير الادارة السياحية، أما النسبة الباقية والبالغة (3.78%) فهي بسبب متغيرات خارجية أخرى غير داخلية في البحث الحالي.

ج - بلغ معمل التحديد (R2) بين متغير الاتصالات نحو (91.37%)، أما النسبة المتبقية (8.63%) تعود لمتغيرات غير داخلية في البحث الحالي، كما أن (F) المحسوبة بلغت (13.15) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (10.1) عند مستوى معنوية (5%).

د - بلغ معامل التحديد (R2) بين متغير الموارد البشرية نحو (81.43%)، أما النسبة المتبقية (18.57%) تعود لمتغيرات غير داخلية في البحث الحالي، كما أن (F) المحسوبة بلغت (13.15) وهي أكبر من قيمتها الجدولية

البالغة (10.1) عند مستوى معنوية (5%). وتأسيساً على النتائج السابقة التي تثبت وجود تأثير ذات دلالة إحصائية بين تقانة المعلومات (أجماًً وتفصيلاً) وأبعاد الادارة السياحية وعليه يتم قبول الفرضية الرئيسة الثانية.

المحور الخامس:- الاستنتاجات والمقترحات.

أولاً : الاستنتاجات

يمكن ايجاز مجموعة من الاستنتاجات هي كالآتي :

- 1- أظهر البحث مستوى الادارة السياحية لدى الموارد البشرية في الشركات السياحية المبحوثة كان مرتفعاً وفقاً لمقياس البحث.
- 2- أظهر البحث أن الشركات السياحية المبحوثة تلتزم بمكونات تقانة المعلومات والتي تم دراستها وبمستوي عالي.
- 3- توجد علاقة احصائية ذات دلالة معنوية بين مكونات تقانة المعلومات بأبعادها المختلفة والادارة السياحية لدى القيادات الادارية في الشركات المبحوثة.
- 4- يوجد تأثير معنوي ذات دلالة إحصائية بين تقانة المعلومات بمكوناتها المختلفة والادارة السياحية لدى القيادات الادارية في الشركات المبحوثة.
- 5- تتجه إجابات الافراد المبحوثين نحو الاتفاق عن أغلب الفقرات المتعلقة بمكونات تقانة المعلومات وادارة السياحية على مستوى الشركات المبحوثة.

ثانياً: التوصيات والمقترحات: استكمالاً للمتطلبات المنهجية، وجد الباحث أنه من المفيد تقديم المقترحات الآتية:

1. ضرورة تعزيز العلاقة بين العاملين فكرياً واجتماعياً لدعم فاعلية الشركات السياحية وتطويرها من خلال اقامة الدورات التدريبية لتحسين اداء العمل.
2. الاستفادة من ادوات القياس المستخدمة في هذه الدراسة لاجراء دراسات مماثلة في منظمات اخرى.
3. الاستعانة بشركات وخبراء متخصصين في مجال تقانة المعلومات.
4. ضرورة امتلاك المنظمات المبحوثة لقاعدة بيانات عن الازمات السابقة من اجل الاستفادة منها في مواجهة الازمات المستقبلية.
5. ضرورة ادارة وحماية أمن المعلومات من الضياع أو الاختراق أو التلصص، وتخزين المعلومات بصورة مباشرة في أماكن آمنه وضرورة توفير أجهزة احتياطية جاهزة للاستخدام في حالة عطل المعدات المادية والبرمجية لأي سبب كان.

CONFLICT OF INTERESTS**There are no conflicts of interest****المصادر:-****أولاً:- المصادر العربية**

أ- الكتب.

- [1] اللامي، غسان قاسم داود، 2007، إدارة التكنولوجيا، "مفاهيم ومداخل تقنيات تطبيقات عملية"، دار المناهج للنشر والتوزيع، ص: 166.
- [2] جارندر، جون 1989، "التميز الموهبة والقيادة" الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ص: 21.
- [3] زايد، محمد عادل، 2006، " الأداء التنظيمي المتميز: الطريق إلى منظمة المستقبل" المنظمة العربية للعلوم الإدارية، القاهرة، ص: 9.
- [4] الصيرفي، محمد، 2009، التميز الإداري - للعاملين بقطاع التربية والتعليم" مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، ص: 9.
- [5] البطوطي، سعيد، 2010، شركات السياحة ووكالات السفر، مكتبة الأنجلو المصرية، الطبعة الأولى، ص: 50.
- [6] السلمي، علي، 2002، " إدارة التميز : نماذج وتقنيات الإدارة في عصر المعرفة" دار غريب للنشر والتوزيع، القاهرة، ص: 2.
- [7] أبو قحف، عبد السلام، 1988، صناعة السياحة في مصر، المكتب العربي الحديث، الاسكندرية، ص: 49.
- [8] الطائي، محمد عبد حسين، 2000، نظام المعلومات الادارية، الطبعة الاولى، مديرية دار الكتب للطباعة والنشر، جامعة الموصل، العراق، ص: 141.
- [9] زايد، محمد عادل، 2006، " الأداء التنظيمي المتميز: الطريق إلى منظمة المستقبل" المنظمة العربية للعلوم الإدارية، القاهرة، ص: 5.
- [10] السالمي، عبد الرزاق، الدباغ، رياض حامد، 2002، تقنية المعلومات الادارية، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، عمان، الاردن، ص: 89.
- ب- الرسائل والاطاريح الجامعية.
- [1] شبيل، محمد حسن عبد المنعم، 2008، أثر تقانة المعلومات في الاداء المنظمي دراسة استطلاعية لآراء عينة من المديرين في الهيئة العامة للضرائب، رسالة الدبلوم العالي في تقنيات العمليات، الكلية التقنية الادارية- بغداد، ص: 49.
- ت- المجالات والبحوث.
- [1] فريد، حسين احمد، 2018، الادارة السياحية وتأثيرها على فاعلية المنظمات السياحية دراسة ميدانية لعدد من المكاتب السياحية في بغداد، بحث منشور في مجلة كلية المأمون، العدد الثاني والثلاثون، ص: 225.

- [2] الدوري، حسين "الإدارة الإستراتيجية والتميز الإداري" ورقة علمية مقدمة إلى المؤتمر العربي الأول، 2008، إدانة التميز والتنافسية في مؤسسات القطاع العام والخاص، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، عمان، ص: 6.
- [3] فريد، حسين احمد، نصيف، عبد اللطيف نصيف، حيدر، طالب هادي، 2018، التخطيط الاستراتيجي وتأثيره على الادارة السياحية دراسة تطبيقية لعدد من المكاتب السياحية في بغداد، بحث منشور في مجلة كلية التربية الاساسية للعلوم التربوية والانسانية جامعة بابل، العدد 40، ص: 716.
- [4] اللوزي، سليمان، الصعب، فليز والجمبري، عباس، 2002، تقييم برامج التدريب الادارية في شركة البوتاس العربية، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد (3)، العدد (3)، ص: 150.
- [5] الوهاب، محمد عبد، الجرجري، أحمد سليمان محمد، 2010، دور تقانة المعلومات والاتصالات في تحقيق المزايا التنافسية (دراسة استطلاعية في الشركة العامة لصناعة الادوية والمستلزمات الطبية في محافظة نينوى، بحوث مستقبلية (29-30) ص: 20.

ثانيا: المصادر الاجنبية.

- [1] Post, Gerald, D. V. & Anderson, David L., (2003) " Management information system Solving business problems with IT ", 3rd ed, Mc Graw – Hill Irwin, Boston, pp:4.
- [2] Laudon, Kenneth C. & Laudon, Jane, P (2004) " Management Information systems : Organization and Technology ", 3rd ed, Mecomillan College Pub. Co, pp:14.
- [3] O'Brien, James A, 1990, management introduction systems: managerial end user perspective" Irwin Boston, USA, pp:467.
- [4] Martinez E., 1995, successful reengineering demand is business partnerships" sloan management review vol. 36, no. 4 p. 51.
- [5] Knott, Offrey & Nick waits. 1997, 'Information technology", 2nd ed., business publisher N.Y, USA, pp:1.
- [6] Egan, S. 2003, "Embracing Excellence in Education" Sheffield Hallam University, pp:8.
- [7] Alter, Steven, 1999, management information system 3rd ed, wiseley education publisher, N.Y., USA, pp:42.
- [8] Laudon, Kenneth & Landon Jane P. 2000, management information system organization & technology in the network enterprise, 3rd ed prentice hall international Inc, New Jersey, USA, pp:13.
- [9] Turban, E. Fraim & Mc Lean Ephraim & Wetherbs, Jams, 2002, information technology for management, Transforming business in the digital economy", 3rd ed. John Wiley & Sons, Inc, N.Y, USA, pp:72.
- [10] Post, Gerald, D.V, & Anderson, David L., 2003, management information system solving business problems with IT", 2nd ed., Mc Graw Hill Irwin, Boston, USA, pp:4.
- [11] Turban, E, & Miclean, E & wether bey, J, 1999, information technology for management, making connection for strategic advantage 2nd ed, John Wiley & Sons Inc, New York, pp:103.

- [12]Gulledge Thomas & haszko Ruth,1999, the Information technology enabled organization: A major social transformation in the USA the institute for public a nakysis cente,pp:17.
- [13]O'Brien, James, 1997, Introduction to Information Systems, 8th ed, Mc Graw-Hill,U.S.A,pp:23.

الاستبانة

المحور الأول: المعلومات التعريفية:-

ملاحظة : وضع علامة (✓) داخل المستطيل

1. الجنس : ذكر	<input type="checkbox"/>	أنثى	<input type="checkbox"/>
2. العمر: أقل من 35 سنة	<input type="checkbox"/>	36-45 سنة	<input type="checkbox"/>
3. الحالة الاجتماعية: أعزب	<input type="checkbox"/>	متزوج	<input type="checkbox"/>
4. التحصيل الدراسي: دبلوم	<input type="checkbox"/>	بكالوريوس	<input type="checkbox"/>
ماجستير	<input type="checkbox"/>	دكتوراه	<input type="checkbox"/>
5. عدد سنوات الخدمة : 1-5	<input type="checkbox"/>	6-10	<input type="checkbox"/>
11-15	<input type="checkbox"/>	16-20	<input type="checkbox"/>
21 فأكثر	<input type="checkbox"/>		

المحور الثاني: المتغير المستقل - تقانة المعلومات.

ت	الاسئلة	تفق	لا تفق	مجايد	لا تفق بشدة	لا تفق
	الاجهزة والمعدات					
X1	تسعى الشركة السياحية الى توفير الحواسيب واستخدامها في ممارسة اعمالها المختلفة.					
X2	تستخدم الشركة السياحية اجهزة الهاتف والتلكس والفاكس في انجاز اعمالها المختلفة.					
X3	ان الاجهزة التي تستخدمها الشركة السياحية تضمن المعالجة السريعة والدقيقة للبيانات.					
X4	توجد اجهزة حاسوب في جميع اقسام الشركة السياحية.					
X5	تعتمد الشركة السياحية على التقنيات الحديثة كأساس لإنجاز أعمالها.					
	البرامجيات					
X6	يتم الاعتماد على شراء البرامجيات الجاهزة لتلبية حاجات الشركة السياحية.					
X7	تعتمد الشركة السياحية على خبرات العاملين الداخلية لتطوير البرامجيات.					
X8	البرامجيات المتوفرة تتناسب وتحقق اهداف الشركة السياحية.					
X9	البرامجيات الحالية تمكن من تبادل المعلومات بين العاملين ومتابعة الزبائن.					
X10	تمتلك الشركة السياحية برامجيات قادرة على التنبؤ بحاجات الزبون (الضيف).					
	الاتصالات					
X11	توظف الشركة السياحية ذوي الخبرة باستخدام الانترنت.					
X12	تحرص الشركة السياحية على استخدام الوسائل التي تضمن حماية للشبكات للحفاظ على سرية المعلومات.					
X13	تتابع الشركة السياحية التطورات الحاصلة في مجال الاتصالات.					
X14	للشركة السياحية موقع على الانترنت للتبادل الالكتروني مع الزبائن.					
X15	ترتبط فروع الشركة السياحية بشبكة واحدة تسهم في مراقبة وضبط سير العمليات.					
	4- الموارد البشرية					
X16	تعمل الشركة السياحية على استقطاب أصحاب الاختصاص في مجال تكنولوجيا المعلومات.					
X17	يتوفر لدى الشركة السياحية مبرمجين وخبراء يستطيعون تطوير البرامجيات وتكييفها وفقا لما تحتاجه الشركة.					
X18	تبرم ادارة الشركة السياحية عقود مع متخصصين وخبراء في مجال تقانة المعلومات لتدريب العاملين.					
X19	يمتاز موظفو الشركة السياحية بالمهارات والخبرات التي تساعدهم على كسب زبائن جدد وتحقيق رضاهم وولائهم.					
X20	تمتلك الشركة السياحية اختصاصات مختلفة لإدارة تقانة المعلومات (مهندسين، مبرمجين، محللين، مشغلي الحواسيب).					

المحور الثالث: المتغير التابع - الإدارة السياحية.

ت	الاسئلة	لا أتفق	لا أتفق	محايد	لا أتفق بشدة	لا أتفق
	1 - البعد الاقتصادي					
X1	التأكيد على الخطط السياحية طويلة الأمد مع توفير ما ينتج عنها من منافع اقتصادية.					
X2	لا تستطيع الشركة السياحية تطوير كوادرها بسبب ندرة الموارد.					
X3	لا تستطيع الشركة السياحية الحصول على تقنيات اتصال حديثة بسبب ارتفاع ثمنها.					
	2 - البعد البيئي					
X4	يملك السائح الخبرة والمعرفة حين انتقاله من بلد الى بلد اخر					
X5	تعمل المنظمات السياحية الى حماية المراكز السياحية والطبيعية والبيئية داخل البلد.					
X6	احترام البيئة وحماية الموارد الطبيعية من الخراب والتلوث.					
	3 - البعد الاجتماعي					
X7	تمتلك الشركة علاقات اتصال جيدة مع الزبائن من خلال كسب ثقتهم.					
X8	اعتماد الكياسة واللطفة للتعامل مع الزبائن من اجل كسب رضاه.					
X9	السياحة عنصر من عناصر التنمية.					
	4 - البعد الثقافي					
X10	يعتبر الوعي السياحي احد العوامل المهمة في رفع الوعي الاجتماعي عند السكان.					
X11	تقديم نوعية عالية من المعلومات والخبرات السياحية بالشكل المناسب للسياح.					
X12	ترسيخ المفاهيم السياحية والوعي بها عند الحكومة وعند المجتمع.					